REDUREAU-CONSEIL FORMATION
Se connaître Agir Réussir

Une formation à dimension humaine

1 Rue Bel Air
56 250 ELVEN
N° de formateur: 53 56 08500 56

Téléphone : 02 97 45 70 74
redureau-conseil@laposte.net

Techniques de vente sur secteur module 2

INTRODUCTION

1- SE PREPARER
A- MATERIELLEMENT
SUIVI CLIENTELE
B- PHYSIQUEMENT
Ai-je l'attitude physique du gagnant ?
Le choix des vêtements, des couleurs et des accessoires

C- PSYCHOLOGIQUEMENT
Ai-je une attitude positive ?
Je suis prêt à sourire.
L'importance du regard.
La poignée de main.
Une image superbe de préparation mentale.
L'auto ancrage en PNL
Le mode d'emploi en 7 points.

2-LA PRISE DE CONTACT
A- LA PRESENTATION DU VENDEUR
B- LES INTRODUCTIONS INTERDITES
Le temps
Le « comment allez-vous, »
Le foot, le rugby ,
La flatterie
Le « je passais par là »
Le « j'étais chez un tel »
Le « j'avais un trou entre deux clients »
Le « comment vont les affaires ? »
Le « Pas encore en vacances ? »
Le « Quoi de neuf »
Pourquoi toutes ses ouvertures hors sujet ?

C-NOTRE RAISON NATURELLE : L'ORDRE LOGIQUE DU VENDEUR
Comment personnalisée son introduction ?
Quelques exemples de raison naturelle
Les réponses possibles du client
Les règles de base de la communication
Comment exploiter les réponses du client ?

D-SON CAHIER DES CHARGES : L'ORDRE LOGIQUE DE L'ACHETEUR
E- LE BUTIN
La question à poser
Les réponses possibles
Un accord sans condition
Un accord avec condition
Une réponse insuffisante.

Qualifier notre interlocuteur

Etre sur d'avoir tous les éléments pour réussir la vente.

2- DECOUVRIR LES BESOINS DE SON CLIENT
A- EXEMPLES

Le premier point du cahier des charges est « de bons prix »
Le premier point du cahier des charges est « la qualité de vos produits »
De façon plus générale
B-LA FORCE DES QUESTIONS
Savoir utiliser les bonnes questions
Redevenir un enfant
B- L'ECOUTE ACTIVE
La soirée amicale
La gamberge
La prise de notes ?
Pourquoi prendre des notes ?
La bonne technique pour prendre des notes

3- PROPOSER
A- UNE OU DES SOLUTIONS PERSONNALISEES
L'importance de la proposition
Quel est le budget du client ?
La présentation du prix
Il existe 5 faits cruels dans le marché actuel
B-SAVOIR NEGOCIER
Les 6 explications de notre complexe du prix
Savoir dire « NON » sans perdre son client
Savoir dir « OUI » sans perdre de l'argent
Quel doit être le montant d'une remise ?

5-ARGUMENTER
A- LES NOTIONS DE CARACTERISTIQUE ET D'AVANTAGE
La notion de caractéristique
La notion d'avantage
B-L'ARGUMENT DOIT ETRE ADAPTE
L'arbre à came en tête.
C-LA FORCE DE CONVICTION
D- LES REGLES DE L'ARGUMENTATION

6- CONCLURE
A- QUAND ET COMMENT
Quand conclure ?
Comment conclure ?
Les 3 mots magiques pour conclure
Aux 3 mots magiques, 3 réponses possibles
B- SAVOIRPARTIR
Qui doit prendre l'initiative de partir ?
Quand prendre cette initiative ?
Comment procéder ?
Pourquoi réussir sa sortie ?

C- PRENDRE DES REFERENCES ACTIVES
Qu'est ce qu'une référence active ?
Pourquoi les gens aiment donner des adresses ?
Quelles sont les raisons qui doivent motiver notre envie de créer des réf actives ?
Quelle sont les difficultés ?
Comment y parvenir ?

DEROULEMENT

09h00----------13h00

14h00----------18h00

METHODES PEDAGOGIQUES

Etudes de cas directement tirés de l'expérience individuelle des participants
Echanges verbaux sur les solutions à apporter
Jeux de rôle pour élucider des difficultés rencontrées dans le métier.
Simulations

Matériel

Vidéo projecteur, caméra vidéo
PC
Tableau blanc